

デジタル・リーディングの可能性

黄一琨

1. 現状

1. 実体図書

政府による大きなサポート（減税、文化基金）があるとはいえ、中国の大衆図書出版は依然として苦難に満ちた挑戦に直面している。図書売り上げ冊数の増加は一桁減少し、相当な割合の図書が無効な品種となっている。新しい本の印刷数は大幅に下がり、図書の在庫はどんどん増えている。

2. デジタルブック

1) 2013年5月、アマゾンKindleデジタルブックが正式に中国に上陸した。正規版のデジタルブックと有料コンテンツの利用は広まりつつあり、出版社もデジタルブック業務から収入を得られるようになってきた。しかし市場全体の規模は実体図書市場の2%ぐらいであり、アメリカ市場の25%から30%という割合よりも相当に低い。

2) デジタル化を完成している優良図書は20万点ほどしかなく、デジタル化の割合は非常に低い。著作権が分散していて、出版社の効率が悪い。

3. 読者&ユーザー

1) 伝統的な実体図書はユーザーと読者が誰なのかわからない。デジタルリーダー市場では、青年層が主力になっている。彼らの特徴としては、デジタル端末（スマートフォン、タブレットPC、ビューワー）の使用に習熟しており、新しい物を好み、知識欲が旺盛である。

tips : 彼らを紹介するメディア権力はゲーム、アニメ会社に独占されているので、伝統的な出版社からすると、彼らはただ五感の刺激を追い求めるだけの、本を読まない、流行に流されるだけの新世代ということになるが、これは大きな落とし穴である。

2) 読者は微信（WeChat）などのオンライン・アプリケーションによって情報を入手することが多いが、どのような本を読むべきかを彼らは知らない。

4. 市場

1) 経済系、社会科学系図書は読者から好評を博している。

2) デジタル・リーディング市場に早期参入していたオリジナル小説には優秀な作者と作品が不足しており、レベルが低い。料金を払って読書をする習慣を育成した。

3) 市場の最大の特徴は効果的な供給の不足である。

tips : デジタル・リーディング市場の背後には、さらに大きなモバイル・ネットワーク市場が控えている。中国はアメリカ以外にこの領域で世界的な会社を生み出した唯一の国である。

る。優良なコンテンツはユーザーの関心を引き、彼らをネット上につなぎ止めている。これは大きなインターネット会社にとって非常に重要な事柄である。中国の音楽、ビデオ（映画）、新聞は市場の再構築を基本的に完成させた。次は図書館の番であろうか。

2. 可能性

1. コンテンツ

出版とは国家の文明的な基礎であり、最も優秀な知恵の結晶が集まっている。出版のコンテンツ生産構造が示しているように、編集のある部分の作業は代わりを探すことができない。しかし、どのようにしてさらに効率をあげ、鋭敏化させることができるだろうか。

2. 普及

出版の本質は普及にある。インターネットは完全に実体業界をひっくり返したわけではないが、しかし人と人のつながり方を変化させた。伝統的書店+媒体式+作者式の伝播方式は崩壊しつつある。新しい方法をどのように使い、新しい読書共同体を作り上げることができるだろうか。

3. 製品

図書館は思想と感情の受け皿であり、人類の長い歴史の中で、紙の本とデジタルブックを選択してきた。重要なのは紙ではなくて、人と思想の共有と衝突である。どのようにしてコンテンツを共有できる、インタラクティブな製品にしていくべきか。どのようにして若い人たちを動画の中から引っ張ってくるか。

3. 私たちの活動

1. 国際と国内の著作権を統合して、最大の優良な著作権プロバイダーになる（著作権）
2. プラットフォームを構築し、読者とコンテンツを密接に近づける（普及）
3. アイデア製品を提供して、優良コンテンツにさらなる表現力、生命力をあたえる（サービス）

4. 提案

中日韓の三国は文化の上でも同質なものを持っており、若い人たちの流行の傾向においても多くの交流がある。中国のモバイル・ネットワーク市場の規模は驚異的で、潜在力には目を見張るものがあり、デジタル・リーディングには輝かしい未来が待っている。

1. 中国市場を色眼鏡で評価してはならない。有料コンテンツの利用とタイムリーなデータフィードバックはすでに常態化している。
2. できるだけ早く中国市場に参入するべきである。読者の関心は瞬く間に過ぎ去っていく。
3. 市場活力のあるパートナーを見つける。
4. 製品サービスの積極的な向上に努める。

以上

黄一琨 (Huang Yikun)

メディア関係で 12 年、デジタル出版関係で 3 年の職歴をもつ。『経済観察報』、『21 世紀経済報道』、『財経』などの中国の主流経済系メディアで活躍した。2012 年に中信出版グループに入社、新メディア事業部に籍を置き、中信デジタルブックセンターの編集・生産・販売の一貫した体制を築いた。これは国内で初めてデジタル業務の全行程を完成するチームとなった。2013 年に独立したデジタル・リーディング会社である中信聯合雲科技の副総経理となり、チームを率いてデジタル業務単独での黒字目標を達成した。また国内初のオールデジタルブックブランド『中国故事』を企画。